

THEMA FOKUS FILM LESEN MUSIK ERFAHRUNGEN GAMES DOSSIERS MEDIATHEK MITMACHEN

THEMA **WAHL 05** THEMEN-ARCHIV

KAMPAGNEN AUF ALLEN KANÄLEN

DIE ROLLE DES FERNSEHENS IM WAHLKAMPF

29.8.2005 | Barbara Lich | [Kommentar schreiben](#) | [Artikel drucken](#)



Der Wahlkampf ist in vollem Gange. Wie wichtig ist dabei das Fernsehen für die Parteien? Warum engagieren Politiker Werbeagenturen? Und wie viel Spaß verträgt ein TV-Duell? Wir haben mit der Medienwissenschaftlerin Christina Holtz-Bacha von der Universität Nürnberg-Erlangen über das Verhältnis zwischen Massenmedien und Politik gesprochen.

Frau Holtz-Bacha, das Fernsehen ist das Wahlkampfmedium Nummer eins. Seit wann setzt man in Deutschland überwiegend auf TV?

Der Wahlkampf 1976 wird in diesem Zusammenhang gerne als "Umbruch" genannt. Das Fernsehen hatte sich in Deutschland zunächst relativ zögerlich ausgebreitet - und eine flächendeckende Verbreitung ist ja die Voraussetzung dafür, dass das Fernsehen zum bedeutenden Wahlkampfmedium werden kann. Auch von wissenschaftlicher Seite wurde dem Fernsehen bei Wahlen in den 1970er-Jahren erstmals eine zentrale Rolle zugewiesen.

Hat man sich damals am Beispiel der USA orientiert? Es wird doch oft von der "Amerikanisierung" der Wahlkämpfe gesprochen ...

Es gibt das Vorbild USA und Wahlkämpfer reisen auch dorthin, beobachten Wahlkämpfe oder laden sich Kampagnenmanager aus den USA ein. Ich glaube aber, was allgemein als "Amerikanisierung" bezeichnet wird, ist eine Entwicklung, die wir in den westeuropäischen Ländern früher oder später ohnehin gehabt hätten.

Tauchten da auch die ersten richtigen Wahlkampfstrategen auf?

In Deutschland sind die Wahlkämpfe noch immer Sache der Parteien - aber mit massiver Hilfe externer Agenturen. Das hat es immer schon gegeben. Bereits im ersten Wahlkampf 1949 haben Werbeprofis zum Beispiel für die SPD gearbeitet. Heute engagiert man meist viele Agenturen, die Spezialaufgaben haben.

Warum sind professionelle Wahlkämpfe eigentlich so wichtig?

Früher konnte man voraussagen, welche Partei von einer Person gewählt wird, wenn man gewisse

Dazu auf fluter:

► Wächter über die Freiheit der Medien

Das Recht, seine Meinung frei zu äußern

► Wahlfälschern auf der Spur

Wie die OSZE eine Wahl in Weißrussland überwacht

► Der Herr der Sender

Macht und Medien in Italien



ARTIKEL SPIEL & SPORT
SPORT UND SEIN BEDEUTUNG



ARTIKEL SPIEL & SPORT
FLAIR GEHT VOR



ARTIKEL SPIEL & SPORT
DER INNERE SCHWEINEHUND



ARTIKEL SPIEL & SPORT
MIT DER STOPPUHR ZUM

Merkmale der Person kannte. Das geht heute nicht mehr. Viele Leute treffen erst im Laufe des Wahlkampfes ihre Entscheidung. Daher sind Wahlkämpfe wichtiger geworden. Und: Es gibt immer mehr Nicht-Wähler. Das heißt, zunächst müssen Wahlkämpfer zum Wählen motivieren - dann können sie die Leute erst für die eigene Partei werben.

Zurück zu den Siebzigern. Wurden ARD und ZDF damals mit einer neuen Form des politischen Drucks konfrontiert?

Ja, sie sind massiv unter Druck geraten. Nicht nur während der Wahlkampfzeiten, sondern in der Politikberichterstattung generell. Damals kam auch das Verdikt auf: "Die Journalisten sind alle links."

Wie sind die Medien damit umgegangen?

Sehr defensiv. In den "Elefantenrunden" - gewissermaßen die Vorläufer der heutigen Duelle - wurden sehr strenge Regeln aufgestellt: Es gab Stoppuhren, die Politiker wurden ermahnt, wenn sie zu lange redeten. Es galt, bloß alle Seiten gleichmäßig zu Wort kommen zu lassen.

In den 1980er-Jahren bekamen die Privatsender Zutritt zum Markt. Was hat das von der Politik gefordert?

Es hat eine Weile gedauert, bis die Privatsender tatsächlich Bedeutung erlangten in der politischen Berichterstattung. Heute ist das anders. Da die privaten Anstalten auf Quote setzen müssen, boten und bieten sie eher unterhaltende Programme an. Die Politik musste sich daraufhin in Konkurrenz zu attraktiveren Sendeinhalten begeben. Das führte vermehrt zu mehr "Entertainment" in der Politik. Politiker gingen rein in die Unterhaltung ...

Das ist aber doch eigentlich nicht wünschenswert, oder?

Nun, die Politiker erreichen damit Menschen, die mit Politik im strengeren Sinne nicht zu erreichen sind. Aber, sicher, wir haben einen Trend zur Personalisierung. Da stellt sich die Frage: Wie weit kann man noch Sachpolitik thematisieren? Das spielt auch jetzt eine wichtige Rolle, denn wir sind politisch und wirtschaftlich in einer Situation, wo kein Spaß-Wahlkampf angesagt ist.

Wie muss man in diesem Zusammenhang die TV-Duelle einordnen?

Bei den Duellen 2002 ging es schon primär um Themen, nicht um Unterhaltung. Aber natürlich konnte man nur an der Oberfläche kratzen: Um Parteiprogramme zu erklären, fehlt bei den Duellen die Zeit. Offenbar hatten sie aber Einfluss auf die Wahlentscheidung mancher Bürger.

Sind Fernsehspots heute noch von Bedeutung?

Ja, obwohl die Parteien verstärkt auf andere Werbemittel setzen: Sie beschwerten sich über die Konditionen der Fernsehwerbung. Es gibt dafür aber eine Renaissance der Plakate. In kaum einem anderen Land stehen Plakate so prominent für Wahlkampf wie in Deutschland.

Was versuchen Parteien denn mit ihren Kampagnen und über die Medien zu vermitteln?

Gerade die beiden großen Parteien müssen ein eigenes Profil zeigen, sonst gibt es keinen Grund, für die eine oder die andere Partei zu stimmen. Dabei dürfen sie aber die verschiedenen Wählergruppen nicht verschrecken. Das ist schwierig, vor allem, wenn man Sachfragen in den Wahlkampf bringt.

Wie wichtig ist die Einheitlichkeit einer Kampagne?

Ich denke, wie bei Wirtschaftsunternehmen und ihren Produkten ist es auch den Parteien



ARTIKEL SPIEL & SPORT
**HEIMATFORSCHER
DIE LONDONER**



ARTIKEL SPIEL & SPORT
**SPIELFELD DER
ZERPLATZTEN**



ARTIKEL SPIEL & SPORT
**SPORT HAT
KEINEN ZWECK**



ARTIKEL SPIEL & SPORT
**UNSER
SPORTARTEN-ABC**



ARTIKEL SPIEL & SPORT
**UNTER ROTEN
FAHNEN**

angeraten, sich ein "Corporate Image" zu schaffen.

Ist es ein Problem, dass der Wahlkampf in diesem Jahr so kurz ist?

Ja. Eigentlich wurden die Wahlkämpfe immer länger. Und jetzt haben wir auch noch Ferienzeit. Viele Leute sind im Ausland, wo sie vielleicht nur die Bild-Zeitung zu sehen bekommen - die Bild könnte daher viel Einfluss nehmen. Da der Wahlkampf sehr zögerlich begonnen hat, ist davon auszugehen, dass wir eine sehr heftige Phase kurz vor dem Wahltermin erleben werden.

Barbara Lich ist fluter-Volontärin bei der Bundeszentrale für politische Bildung/bpb in Bonn.

Foto: privat



www.bpb.de/Massenmedien
Ein Heft über die Rolle der Massenmedien in der Demokratie

www.bpb.de/Der_Medienwahlkampf

Der Wahlkampf der Parteien wird zunehmend in den Medien entschieden. Wie verändert diese Tatsache die Politik?

www.bpb.de/Die_vierte_Gewalt

Die Medien als vierte Gewalt im Staat - ihr Einfluss und ihre Versuchungen

www.bpb.de/Wahlwerbespots

Die Wahlwerbespots der Parteien









KOMMENTARE


Dein Kommentar

Name (Pflichtfeld):

E-Mail (Pflichtfeld):

Betreff (Pflichtfeld):

Kommentar:

SPAM-Schutz: 

Hier eingeben:

ARTIKEL SPIEL &
SPORT
SPORT UND SEINE

ARTIKEL SPIEL &
SPORT
FLAIR GEHT VOR

ARTIKEL SPIEL &
SPORT
DER INNERE



BEDEUTUNG



SCHWEINEHUND



- Thema**
- Spiel & Sport
 - Ausbildung 2.0
 - Kunst
 - Frankreich
 - Nazis
 - Themen-Archiv (1-113)

- Film**
- Neu im Kino
 - Heimkino
 - Hintergrund

- Lesen**
- Aktuell
 - Neu im Laden
 - Lesetipp

- Mediathek**
- Video
 - Foto
 - Audio

- Mitmachen**
- Foren
 - Blogs
 - Dein Blog
 - Umfrage
 - Quiz
 - Aktion
 - Registrieren
 - Newsletter

- Fokus**
- Erfahrungen**
 - Musik**